

MERCADOTECNIA NUTRICIONAL

UNIVERSIDAD DEL SURESTE



“CUADRO SINOPTICO”

**UNIDAD I
MERCADOTECNIA EN NUTRICIÓN**

PROFESORA: ALEJANDRO AGUILAR MORALES

ALUMNO: GERARDO HUMBERTO AGUILAR CRUZ

CUATRIMESTRE 7

FECHA DE ENTREGA: 25 DE ENERO 2025

ÉTICA DE LA MERCADOTECNIA

Ética para stanton, etzel y walker

Conjunto de normas de comportamiento aceptadas generalmente por una sociedad

La mercadotecnia

Sistema total de actividades en el que se identifica las necesidades en el mercado que promueve el intercambio de productos o servicios de la mejor manera

Desafíos éticos que los mercadólogos

Ser responsables ante diversos grupos, como clientes, proveedores, distribuidores, empleados, empresarios y la sociedad en genera

Generalidades de la ética de la mercadotecnia

- La ética en la mercadotecnia va más allá de las leyes vigentes.
- La ética en la mercadotecnia varía de una sociedad a otra
- Cada situación específica y el momento en el que se produce puede dar lugar a cuestionamientos acerca de lo que es y no es ético

Beneficios DEL comportamiento ético en la mercadotecnia

- I. Generación de Confianza.
- II. Captación de Buenos Clientes, Proveedores, Empleados, Distribuidores y Otros. Captación de Buenos Clientes, Proveedores, Empleados, Distribuidores y Otros.
- III. Protección contra la Publicidad Negativa.
- IV. Satisfacción Personal y Paz Interior

BIBLIOGRAFIA:

ANTOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD DEL SURESTE. (2025).
COMITAN DE DOMINGUES CHIAPAS. A 25 de enero del 2025
ANTOLOGIA PARA MERCADOTECNIA NUTRICIONAL.
PAGINA (11-18)